

# Entrümpelung, Entschleunigung, Entflechtung und Entkommerzialisierung

## Suffizienz als Business Case

Über Suffizienz wird bisher ausschließlich als Orientierungsmuster für individuellen Konsum diskutiert. Der folgende Beitrag zeigt, dass die Debatte über Suffizienz durchaus Geschäftschancen für Unternehmen eröffnet.

Von Alexandra Palzkill und Uwe Schneidewind

**W**ie weit lässt sich unser künftiger Wohlstand vom Naturverbrauch entkoppeln? Bei der Diskussion über diese Frage spielen zwei sich ergänzende Formen der Entkopplung eine Rolle (Enquete-Kommission 2012): Unter Entkopplung „im engeren Sinne“ wird diejenige des Wirtschaftswachstums vom Naturverbrauch verstanden (Effizienzstrategien); die Entkopplung „im weiteren Sinne“ bezeichnet dagegen diejenige unseres künftigen Wohlstands vom Wirtschaftswachstum (Suffizienzstrategien). Suffizienz wird bisher alleine auf der Ebene individueller Konsumappelle diskutiert. Anders als Effizienzpolitik und -strategien findet sich eine „Suffizienzpolitik“ (Seidl / Zahrt 2012) bisher weder als politisch formuliertes Programm noch als Perspektive für unternehmerisches Handeln.

Suffizienzstrategien setzen an den systemischen Nebenfolgen kommerzialisierter globaler Prozesse in Raum (Globalisierung), Zeit (Beschleunigung) und Menge (Überfluss) an. Wolfgang Sachs hat schon vor knapp 20 Jahren (Sachs 1993) die Formel der „vier E's“ geprägt, um die unterschiedlichen Ansatzpunkte für Suffizienzstrategien zu kennzeichnen: (1) Entrümpelung, (2) Entschleunigung, (3) Entflechtung und (4) Entkommerzialisierung (Abbildung 1). Im Folgenden soll gezeigt werden, dass alle vier „E's“ Ansatzpunkte für Geschäftsstrategien von Unternehmen eröffnen.

### Entrümpelung: „weniger“

Die viel zitierte Formel „Simplify your Life“ steht für den Bedarf, Komplexität in einer übersättigten Welt zu reduzieren. Ein „Weniger“ scheint auf den ersten Blick kein Potenzial für Geschäftsstrategien zu bergen. Das Bedürfnis nach Einfachheit schlägt sich jedoch bereits heute in Geschäftsmodellen nieder: puristische Einrichtungsstile, in denen „wenig“ der eigentliche Luxus ist oder schlanke, gut sortierte Handelssortimente, die einen Einkauf schnell und unkompliziert möglich machen.

Auch im Bereich Mobilität lässt sich ein solcher Trend und damit Möglichkeiten von Suffizienzstrategien erkennen: Die hohen Kosten für Anschaffung und Versicherung eines Fahrzeugs, Reparaturen, Benzinpreise und zeitraubende Parkplatzsuche scheinen den Besitz eines eigenen Autos vom Ausdruck der Freiheit in eine Belastung zu wandeln, sodass immer mehr junge Menschen in urbanen Regionen auf ein eigenes Auto verzichten. Vor diesem Hintergrund gewinnen innovative Car-Sharing-Angebote an Bedeutung und machen den Verzicht auf das eigene Auto attraktiv. Wie Reichel (in diesem Heft) beschreibt, können auch Automobilhersteller diesen Trend zur Mobilitätsdienstleistung nutzen, wenn sie bereit sind, ihre klassischen Geschäftspfade zu verlassen.

### Entschleunigung: „langsamer“

In einer beschleunigten Gesellschaft treibt die Formel „Zeit ist Geld“ einen immer schnelleren und effizienteren Konsum voran, der für (vermeintliche) Zeitersparnis sorgen soll. Allmählich schlägt sich jedoch auch der bewusste Zeitgebrauch selbst, nach der Formel „Zeit ist Lebensqualität“, in den Märkten nieder. Angebote wie „Slow Food“ und „Slow Travel“ sind Ausdruck solcher Entschleunigungstendenzen. Entschleunigung zielt damit auf langsamere und damit oft hochwertigere und zuverlässigere Produkte ab. So ist etwa für Bahnreisende meist nicht zentral, ob sich die Gesamtdauer der Fahrt nochmals um wenige Minuten reduziert und die Fahrten in effizientester Weise →

Abbildung 1: Suffizienz als Unternehmensstrategie



Quelle: Eigene Darstellung, basierend auf Sachs (1993)

## „Suffizienzstrategien setzen an den Nebenfolgen kommerzialisierter globaler Prozesse in Raum, Zeit und Menge an.“

kombiniert sind, sondern ob ausreichende Umsteigezeiten und damit zuverlässige Ankunftszeiten garantiert werden. Die Reduktion von Geschwindigkeit erhöht hier die Zuverlässigkeit deutlich. Auch in anderen schnelllebigen Produktfeldern kann ein „Langsamer“ zu einer vielversprechenden Strategie werden. Im Telekommunikationsbereich ließe sich allein durch eine Nutzungsverlängerung von Mobiltelefonen von zwei auf vier Jahre die Materialintensität halbieren. Da sich die eigentliche Innovationsdynamik oft im Softwarebereich abspielt, könnte sich ein aufrüstbares „Slow Phone“ als attraktiv erweisen, da die neuesten Applikationen trotzdem günstig und umfassend nutzbar wären.

### Entflechtung: „regionaler“

Regionale Lebensmittel und dezentrale Energieversorgung zeigen, dass Entflechtung die vermutlich einfachste Suffizienzstrategie für Unternehmen ist. Unternehmen entscheiden sich oft gegen eine kosteneffiziente (globale) Wertschöpfungskette, da ein regionales Beschaffungswesen mehr Kontrolle und Verantwortung erlaubt. Beispielsweise wird im Lebensmittelbereich inzwischen oft die Produktverantwortung über die kosteneffiziente Produktion gestellt, weil die diesbezügliche Kundensensibilität zunimmt. An Regionalisierungstendenzen lässt sich gut erkennen, wie sich Innovationsverständnisse, Geschäftsstrategien und auch Kund(inn)enbedürfnisse wandeln. Interessant könnte der Blick auf solche Branchen sein, bei denen das Potenzial von Entflechtungsstrategien auf den ersten Blick nicht unbedingt vermutet wird, allerdings Ansatzpunkte für weitergehende Suffizienzstrategien bietet.

### Entkommerzialisierung: „selber machen“

In einer wachstumsbefriedeten Welt gewinnen nicht kommerzialisierte Produkte und Räume zur Steigerung von Lebensqualität (zum Beispiel städtische Gemeinschaftsgärten) an Bedeutung. Als Unternehmensstrategie erscheint Entkommerzialisierung, also der Entzug bestimmter Produkte oder Dienstleistungen aus der Markt-Logik, jedoch als besonders herausfordernd oder sogar inkompatibel. Doch auch hier zeigen sich Anknüpfungspunkte: Da das Selbermachen mit einem erheblichen Fähigkeitsaufbau des Einzelnen verbunden ist, entstehen hier von alltagspraktischen bis hin zu berufsbezogenen Trainings und

Kursen (zum Beispiel Kochen, handwerkliche Fähigkeiten oder das Erlernen von Programmiersprachen) interessante Geschäftsmöglichkeiten, die auch dem bestehenden Ausbildungs- und Qualifikationsbedarf entgegenkommen und eine Neujustierung von Unternehmensstrategien ermöglichen. Hier geht es nicht darum, unternehmerischer Tätigkeit die Grundvoraussetzung zu entziehen, sondern diese Ideen zu nutzen, um neue Geschäftsstrategien zu entwickeln und somit zu einer hybriden Wertschöpfung zu gelangen. So lässt sich etwa der hochkommerzialisierte und wettbewerbsintensive Verkauf von kostenintensiven Smartphones vor allem dadurch erklären, dass für diese attraktive, häufig kostenlose „Apps“ bereitgestellt werden.

### Notwendigkeit weiterer Forschung

Schon die kurzen Illustrationen im vorliegenden Beitrag zeigen, dass es lohnenswert scheint, Suffizienz-ähnlich wie Effizienzstrategien aus einer geschäftsstrategischen Perspektive zu betrachten. Unternehmen können zu einem wichtigen Motor einer Entkopplung im weiteren Sinne werden und Türen für eine umfassende Suffizienzpolitik öffnen, die heutige Effizienzstrategien ergänzt.

Dafür ist es notwendig,

- die Erfolgsfaktoren von an Suffizienz orientierten Geschäftsstrategien besser zu verstehen,
- das Diffusionspotenzial solcher Strategien sowie ihre systemischen Effekte (inklusive möglicher Rebound-Wirkungen) zu analysieren und
- das Zusammenspiel von Suffizienz- und Effizienzstrategien sowie die Flankierung durch eine umfassende Suffizienzpolitik zu untersuchen.

### Literatur

- Enquete-Kommission „Wachstum, Wohlstand, Lebensqualität“ (2012): Projektgruppe 3: Wachstum, Ressourcenverbrauch und technischer Fortschritt – Möglichkeiten und Grenzen der Entkopplung. Kommissionsdrucksache 17(26)82.
- Seidl, I. / Zahrnt, A. (2012): Suffizienzpolitik. Damit einfacher leben einfacher wird. In: umwelt aktuell. Oktober 2012, S. 2-3.
- Sachs, W. (1993): Die vier E's: Merkposten für einen maßvollen Wirtschaftsstil. In: Politische Ökologie 11, 33/1993. S. 69-72.

### ■ AUTOREN + KONTAKT

**Alexandra Palzkill** ist Mitarbeiterin,  
**Uwe Schneidewind** Präsident des  
Wuppertal Instituts für Klima, Umwelt, Energie.  
Beide sind außerdem im Vorstand der VÖW tätig.

Wuppertal Institut für Klima, Umwelt, Energie,  
Döppersberg 19, 42103 Wuppertal,  
Tel.: 0202 2492 223,  
E-Mail: alexandra.palzkill@wupperinst.org



